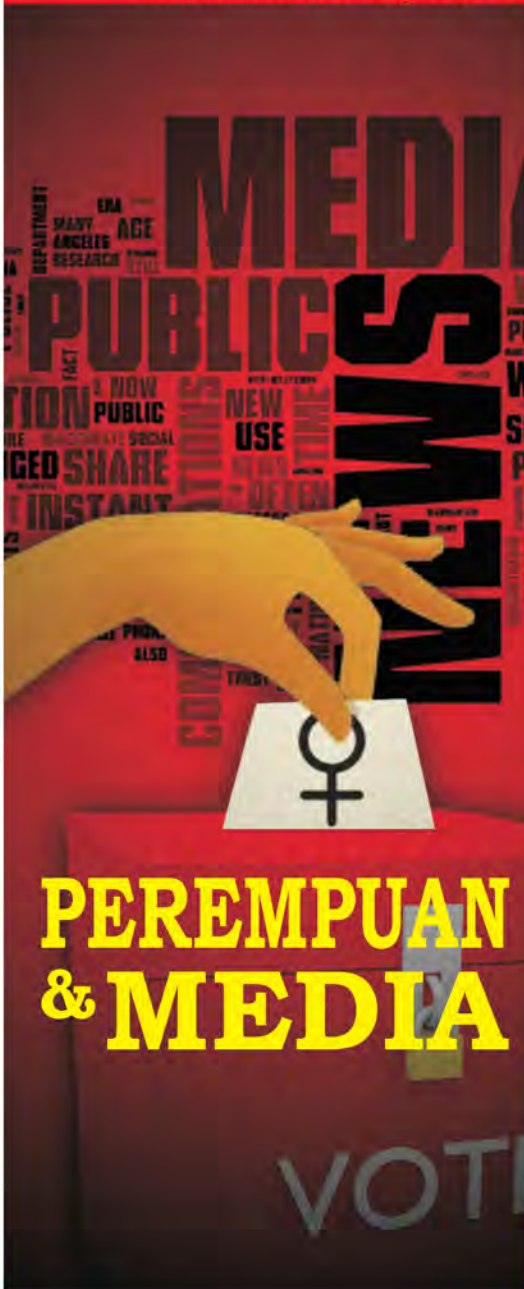


Jurnal ETIKA & PEMILU

Volume 1, Nomor 4 - DESEMBER 2015

Untuk Kemandirian, Integritas dan Kredibilitas Penyelenggara Pemilu



PETA SEBARAN DAN PERSPEKTIF ISU PEREMPUAN PADA CALON PEREMPUAN PESERTA PILKADA SERENTAK 2015

Any Sundari

REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM KONTESTASI PILKADA: TINJAUAN PERSPEKTIF KESETARAAN GENDER

Rohmawati Novita Dewi

RESPON PEMILIH PEREMPUAN TERHADAP POLITIK UANG DALAM PEMILU GUBERNUR JAMBI 2015

Ulya Fuhaidah

MEDIA DAN PILKADA: ANTARA INDEPENDENSI DAN KONSTRUKSI ATAS REALITA

Jerry Indrawan

TINJAUAN TENTANG ATURAN MAIN LAMA PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH DI MEDIA MASSA

Eka Oktaviani

PERAN PERS DALAM PEMILU DAN ISU PELANGGARAN HAM YANG DITIMBULKANNYA, STUDI KASUS: PEMILU CALON PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN DI INDONESIA TAHUN 2014

Ardli Johan Kusuma

SUSUNAN REDAKSI/ BOARD OF EDITOR

PIMPINAN UMUM/General Chief
Jimly Asshiddiqie

Pimpinan Redaksi/Chief Editors
Nur Hidayat Sardini

Dewan Redaksi/Editorial Board
Anna Erliyana
Valina Singka Subekti
Saut Hamonangan Sirait
Endang Wihdatiningtyas
Ida Budhiati

Mitra Bestari/Peer Review
Komaruddin Hidayat
Yudi Latief
Iman Putrasidin
August Mellaz

**Penanggungjawab/
Officially Incharge**
Gunawan Suswanto
Ahmad Khumaidi

**Redaktur Pelaksana/
Managing Editor**
Mohammad Saihu

Redaktur/Editors
Firdaus
Rahman Yasin
Fery Faturrahan
Syopiansyah Jaya Putra

Management Redaksi
Yusuf HDS
Dini Yamashita
Osbin Samosir

Data & Naskah
Arif Ma'ruf Suha
Titis Aditya Nugroho
Ferry YM.
Diah Widyawati
Umi Nadzifah
Arif Syarwani

Tata Bahasa

Irmawanti

Penerjemah/Translator
Arwani Suratman

Dokumentasi & Arsip
Sandhi Setiawan
Astuti

Sirkulasi
Rahmat Hidayat

Tata Letak/Layout & Sampul:
SoeDESAIN

Redaksi mengundang para akademisi, penyelenggara pemilu, pengamat/penggiat pemilu atau aktivis pro demokrasi, dan mereka yang berminat untuk berpartisipasi dengan mengirimkan karya tulis, hasil penelitian, disertasi, tesis, skripsi.

Naskah ditulis sesuai ketentuan pedoman penulisan, dan dikirim melalui email dengan menyertakan foto diri ke alamat Redaksi.

Jurnal "Etika & Pemilu" diterbitkan terbatas oleh Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) Republik Indonesia, dan oleh pihak-pihak yang secara sukarela memiliki kesamaan visi dan misi DKPP.

VISI:

- 1) Diseminasi kebijakan, program dan gagasan DKPP selaku lembaga yang bertugas menangani pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu dan merupakan satu kesatuan fungsi penyelenggaraan pemilu (Pasal 1 ayat (22) UU 15/2011).
- 2) Expose hasil kajian dan penelitian terkait urgensi penegakan kode etik bagi penyelenggara negara dan upaya menata kembali sistem kepemiluan di Indonesia menuju negara demokrasi modern.

MISI:

Terbitnya Jurnal Ilmiah (Nasional + Internasional) tentang Etika dan Pemilu sebagai *University of Industry Democracy*.

DAFTAR ISI

EDITORIAL _____ 2

TULISAN UTAMA (MAIN ARTICLES)

**PETA SEBARAN DAN PERSPEKTIF ISU PEREMPUAN
PADA CALON PEREMPUAN PESERTA PILKADA
SERENTAK 2015** _____ 7
Any Sundari

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM KONTESTASI PILKADA:
TINJAUAN PERSPEKTIF KESETARAAN GENDER** _____ 19
Rohmawati Novita Dewi

**RESPON PEMILIH PEREMPUAN TERHADAP POLITIK UANG
DALAM PEMILU GUBERNUR JAMBI 2015 (Studi Pada Majelis
Ta'lim Miftahul Jannah Rawasari Kotabaru Jambi)** _____ 27
Ulya Fuhaidah

**MEDIA DAN PILKADA: ANTARA INDEPENDENSI DAN
KONSTRUKSI ATAS REALITA** _____ 41
Jerry Indrawan

**TINJAUAN TENTANG ATURAN MAIN LAMA PEMILIHAN
UMUM KEPALA DAERAH DI MEDIA MASSA** _____ 56
Eka Oktaviani

**PERAN PERS DALAM PEMILU DAN ISU PELANGGARAN HAM
YANG DITIMBULKANNYA, STUDI KASUS: PEMILU CALON
PRESIDEN DAN CALON WAKIL PRESIDEN DI INDONESIA
TAHUN 2014** _____ 65
Ardli Johan Kusuma

**IKHTIAR PILKADA BERSIH, JURNALISME WARGA
MELAWAN POLITIK UANG** _____ 77
Hifni Septina Carolina dan Bambang Suhada

TULISAN UMUM (GENERAL ARTICLES)

JURNALISME WARGA DAN KAMPANYE PILKADA _____ 91
Sugeng Winarno

**SISTEM NOKEN DAN PEMILIHAN UMUM
KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2015** _____ 108
Happy Hayati Helmi

MIMBAR

Satu Tulisan dalam tiga Edisi (Vol 2 – 4) - Edisi Ketiga

KULIAH ETIKA _____ 127

Prof. Dr. Jimly Asshiddiqie, S. H.

Ketua Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP RI)

**GAGASAN PENGUATAN SISTEM ETIKA PROFESI DAN
JABATAN DI SEKTOR PUBLIK (PUBLIC OFFICES AND SECTORS)**

PUBLIKASI

- RESENSI:
LEMBAGA PENYELENGGARA PEMILU DI DUNIA _____ 133
Arif Syarwani
- BIODATA PENULIS _____ 138
- PEDOMAN PENULISAN _____ 140
- CALL FOR PAPERS _____ 141

Opini yang dimuat dalam Jurnal "Etika & Pemilu"
tidak mewakili pendapat resmi DKPP

JURNALISME WARGA DAN KAMPANYE PILKADA

CITIZEN JOURNALISM AND ELECTION CAMPAIGN

Sugeng Winarno, MA

ABSTRAK/ABSTRACT

Salah satu bentuk dalam kegiatan jurnalistik adalah munculnya *citizen journalism* (jurnalisme warga). Secara umum, praktik *citizen journalism* bisa dilakukan di banyak media seperti koran, majalah, radio, dan televisi. Kehadiran internet telah membuka peluang banyak warga membuat *blog* sebagai media praktik *citizen journalism*. Pelaksanaan Pilkada Serentak 2015 menjadi sangat menarik bagi warga untuk terlibat secara langsung melalui praktik jurnalisme warga. Dalam hubungan dengan praktik *citizen journalism* di Indonesia, warga menjadi lebih mudah dan murah untuk berpartisipasi dalam menyampaikan pendapat dan berdiskusi tentang berbagai persoalan terkait demokrasi dalam Pilkada Serentak 2015, yaitu dengan cara membuat *blog* pribadi. Hal ini didukung oleh banyaknya media *online* yang menyediakan ruang diskusi publik untuk mengakomodasi kepentingan publik. Munculnya banyak *public blog* gratis tentu sangat mendukung praktik jurnalisme warga untuk turut serta pada suksesnya Pilkada Serentak 2015 yang demokratis.

One form of the journalistic activity is the emergence of citizen journalism. In general, the practice of citizen journalism can be done in many media such as newspapers, magazines, radio and television. The presence of the Internet has opened up many opportunities to create a blog as a media practice of citizen journalism. The simultaneous local Election 2015 becomes very interesting for citizens to be directly involved through citizen journalism. In connection with citizen journalism in Indonesia, citizens become easier and cheaper to participate in expressing their opinion and discussing on various issues related to democracy in the local elections of 2015, by making a personal blog. This is supported by number of online media that provides the public discussion space to accommodate the public interest. The emergence of many free public blog would strongly support the citizen journalism to participate in succeeding the democratic local election of 2015.

Kata kunci: Jurnalisme warga, pilkada, demokrasi

Keyword: Citizen Journalism, Local election, Democracy

A. PENDAHULUAN

Praktik jurnalistik di dunia telah berkembang seiring dengan penemuan teknologi baru¹. Jurnalistik sejak awal kemunculannya dipahami sebagai kegiatan penyebaran berita melalui media cetak. Sejak ditemukan media radio, televisi, telepon genggam, dan internet telah memberikan sumbangsih terhadap munculnya diversifikasi bentuk praktik jurnalistik. Salah satu bentuk dalam kegiatan jurnalistik adalah munculnya *citizen journalism* atau di Indonesia diistilahkan jurnalisme warga. Praktik jurnalisme warga ini membuka peluang kepada masyarakat untuk tidak hanya sekedar menjadi konsumen, tetapi masyarakat juga bisa aktif melaporkan berita.

Pada kajian ini istilah jurnalisme warga merujuk pada kegiatan masyarakat biasa yang berperan aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi². Pada

dasarnya pekerjaan seorang wartawan adalah mengumpulkan informasi dan berita, meramunya dalam sebuah sajian paket berita dan menyebarkannya. Dulu kegiatan jurnalistik tersebut hanya dilakukan oleh seorang yang namanya wartawan. Namun dengan perkembangan teknologi, semua orang mempunyai kebebasan akses pada beragam bentuk informasi dan orang dapat berlatih secara mandiri agar bisa melaporkan berita seperti yang telah biasa dilakukan oleh seorang jurnalis.

Penemuan internet memang membawa dampak yang penting pada jurnalistik. Sebagai bentuk media mengirim pesan, internet telah mendorong jurnalis secara terus menerus melibatkan masyarakat agar berpartisipasi. Dengan koneksi internet, kamera digital, atau telepon genggam, warga masyarakat dapat memproduksi dan menyebarkan berita dan informasi secara luas hanya dengan meng-klik *mouse*. Dalam konteks ini, Stovall³ menyatakan bahwa internet menawarkan banyak potensi untuk mempublikasikan banyak berita dan informasi melalui banyak cara dibandingkan surat kabar cetak, radio atau televisi.

Dibandingkan dengan bentuk lain dari media penyampai berita, konsep utama berita lewat internet adalah sifat interaktifnya. Antara pembaca dan media dapat berinteraksi yang memungkinkan partisipasi masyarakat terhadap berita yang ditampilkan. Melalui internet juga memungkinkan

¹ Gillmor, D. (2004). *We the media: grassroot journalism by the people, for the people*. California: O'Reilly. Bruns, A. (2005). *Gatewatching: collaborative online news production*. New York: Peter Lang. Heinrich, A. (2008). *Network journalism: moving towards a global journalism culture*. PhD Thesis. University of Otago, New Zealand. <http://www.uta.fi/jour/ripe/papers/Heinrich.pdf>

² Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Centre, American Press Institute.

Bentley, C., Littau, J., Hamman, B., Watson, B., & Welsh, B. (2006). *Citizen journalism: a case study in Tremayne (eds), Blogging, citizenship and the future of media*. New York: Routledge.

Littau, J. (2007). *Citizen journalism and community building: predictive measure of social capital generation*. Master Thesis. University of Missouri, Columbia. <http://edt.missouri.edu/Winter2007/Thesis/LittauJ-050307-T6908/short.pdf>. Schaffer, J. (2007). *Citizen media: fad or the future of news?*, Knight Citizen News Network. http://www.j-lab.org/citizen_media.pdf Bruns, A. (2008c). *News blogs and citizen journalism: New Directions for e-Journalism*

³ Stovall, J.G. (2004). *Practice and promise web journalism of a new medium*. Boston: Pearson Education.

orang bisa memublikasikan berbagi beritanya secara luas. Banyak fasilitas diinternet yang memungkinkan banyak orang memublikasikan informasinya secara mudah dan gratis.

Heinrich⁴ berpendapat bahwa saat ini manusia hidup pada "*global journalism culture*" di mana ini merupakan bentuk baru dari praktik jurnalistik. Satu di antara bentuk baru itu dinamakan *citizen journalism*. Warga masyarakat bisa memberikan kontribusinya berupa berita pada *mainstream* media melalui tulisan, foto, dan video. Steve Outing dalam kertas kerjanya yang berjudul "*The eleven layers of citizen journalism*" menyatakan bahwa *citizen journalism* adalah "*one of the hottest buzzword in journalism*". Lebih dari itu Outing berpendapat bahwa spirit dari *citizen journalism* datang dari *public journalism* atau *civic journalism*⁵.

Konsep mendasar dari *citizen journalism* adalah keterlibatan audien. Masyarakat bisa menjadi produser, tidak hanya konsumen berita seperti layaknya pada media tradisional. Pemilahan antara audien dan produser tidaklah kaku, warga masyarakat bisa menjadi konsumen atas sebuah berita tetapi dalam kondisi lain masyarakat bisa menjadi produser. Setiap orang juga dapat berperan sebagai produser dan konsumen pada kesempatan yang bersamaan. Sehubungan dengan hal ini, Gillmor⁶ menyatakan bahwa satu hal penting pada *citizen journalism* adalah

interactions dan *interconnections*.

Dalam hubungan dengan *mainstream* media, *citizen journalism* bukan merupakan kompetitor dari *mainstream* media, tetapi *citizen journalism* hadir sebagai media alternatif. *Citizen journalism* memberikan perspektif yang berbeda kepada pembaca dari pemberitaan yang disampaikan oleh *mainstream* media. Pada kenyataannya beberapa *mainstream* media merujuk pada aktivitas *citizen journalism* untuk mengukur opini publik.

Bruns dan Jacobs⁷ menyebutkan secara reguler beberapa media besar semacam CNN, BBC, surat kabar dan beberapa media lain memberi perhatian pada aktivitas *citizen journalism* melalui banyak blog untuk mengetahui isu yang kontroversial dan opini publik. Beberapa media besar merujuk pada "apa yang blogger sedang katakan" dan media besar mulai mengubah cara mereka melaporkan beritanya kepada masyarakat.

Secara umum, praktik *citizen journalism* bisa dilakukan di banyak media seperti koran, majalah, radio dan televisi. Kehadiran internet telah membuka peluang banyak orang membuat blog sebagai media praktik *citizen journalism*. *Website*, *weblog* atau *blog* adalah alat jurnalistik yang sangat ampuh. Sebagai media, saat ini *blog* sangat populer dan telah memfasilitasi orang dalam mengumpulkan, melaporkan dan membagi informasinya. Dengan menggunakan *blog*, orang kebanyakan

⁴ Heinrich (2008), op.cit. p.2

⁵ Outing, S. (2005). *The eleven layers of citizen journalism*. Poynter Online. http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126

⁶ Gillmor (2004), op.cit. pp.xii-vv

⁷ Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). (2006). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.

bisa melaporkan berita layaknya seorang wartawan. *Blog* telah menjadi instrumen penting dalam praktik *citizen journalism*.

Seorang *blogger* dan jurnalis senior Dan Gillmor seperti dikutip Bruns⁸ berpendapat bahwa *blog* adalah tentang desentralisasi berita. *Blog* telah membuat berita makin mudah dijangkau dan interaktif. Berita yang dipublikasikan lewat *blog* memungkinkan lebih mengundang perhatian masyarakat daripada melalui mainstream media. Dalam konteks ini, *blog* telah memainkan peran yang signifikan dalam mendukung proses demokratisasi misalnya dalam proses Pemilu Presiden. Seperti dikemukakan oleh Bruns dan Jacobs⁹, *blog* telah mempunyai pengaruh yang sangat signifikan pada pemilihan presiden di Amerika. Selain itu *blog* juga telah berperan ampuh dalam mengungkap berita penting dan melaporkan peristiwa dunia seperti perang Irak, tsunami di Aceh dan Phuket Thailand beberapa waktu lampau.

Internet telah menjadi masa depan berita dan informasi di Indonesia seperti bukti populernya banyak *website* yang menyajikan berita *online* sebagai sumber berita alternatif guna pengembangan kehidupan politik di Indonesia. Internet juga telah berperan sebagai bentuk baru diskusi politik, interaksi dan sebagai alat mobilisasi politik¹⁰.

⁸ Burn, (2006). *The practice of news blogging*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.

⁹ Bruns dan Jacobs (2006), op.cit. p. 1

¹⁰ Kitley, P. (2001). After the bans: modelling Indonesian communications for the future, in Lloyd, G. & Smith, S. (eds), *Indonesia Today. Challenges of History*,

A.1. Jurnalisme Warga

Kata kunci dari definisi jurnalisme warga atau *citizen journalism* adalah tindakan yang dilakukan oleh masyarakat biasa dalam berpartisipasi melaporkan dan mempublikasikan berita dan informasi. Schaffer menyatakan bahwa *citizen journalism* adalah media masyarakat, muncul sebagai salah satu bentuk media, atau media menghubungkan antara media tradisional dengan bentuk partisipasi masyarakat biasa¹¹.

Partisipasi masyarakat adalah kata kunci dari praktik jurnalistik warga. Menurut Bentley et al¹² *citizen journalism* adalah salah satu bentuk media di mana audien mempunyai kontribusi yang cukup besar. Pendapat senada juga disampaikan oleh Littau¹³ bahwa *citizen journalism* adalah tipe media di mana masyarakat banyak terlibat di dalamnya.

Sementara menurut Bowman dan Willis¹⁴ istilah *citizen journalism* diartikan sebagai *participatory journalism*. *Participatory Journalism* adalah tindakan dari penduduk yang berperan aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. Partisipasi masyarakat dalam hal ini harus mandiri, dapat dipercaya, akurat dan relevan dimana kesemuanya untuk mewujudkan

Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

¹¹ Schaffer, J. (2007). op.cit.

¹² Bentley, C., Littau, J., Hamman, B., Watson, B., & Welsh, B. (2006). *Citizen journalism: a case study in Tremayne (eds), Blogging, citizenship and the future of media*. New York: Routledge.

¹³ Littau, J. (2007). op.cit

¹⁴ Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Centre, American Press Institute.

demokratisasi. Bruns¹⁵ berpendapat bahwa *citizen journalism* berperan penting sebagai *public service*. Mereka bisa merefleksikan kekuatan keempat guna memonitor penampilan para politisi. Di samping itu mereka juga berperan memberi jawaban atas pertanyaan tentang siapa yang harus mengawasi masyarakat itu sendiri.

Lasica¹⁶ pada *Online Journalism Review* 2003 menyebutkan 6 bentuk praktik *citizen journalism*; 1) Partisipasi masyarakat pada *mainstream* media (surat kabar, radio, televisi, media *online*) dalam bentuk forum diskusi, foto, video, laporan dan artikel yang dikirim oleh audien. 2). Independen *website* misalnya laporan konsumen. 3). *Website* khusus yang memuat berita misalnya "*OhmyNews*" di Korea Selatan, and "*JanJan*" di Japan. 4). Kolaborasi antara beberapa *online* media misalnya *Slashdot*, *Kuro5shin*, dan *Metafilter*. 5). Bentuk lain dari "*thin media*" misalnya *mailing list*, *newsletter*, and *email*. 6). *Personal broadcasting sites* misalnya *video broadcast site* dan *audio site* seperti "*KenRadio.com*"¹⁷.

Sementara itu Steve Outing¹⁸ seorang editor senior pada *the Poynter Institute for Media Studies* mengelompokkan *citizen journalism* dalam 11 kategori. 1). *Citizen journalism* dengan membuka peluang kepada publik untuk memberi komentar, mengkritik, dan

menambahkan beberapa informasi dari jurnalis profesional 2). Tambahan opini masyarakat sebagai bagian dari berita yang sedang dipublikasikan. 3). Kolaborasi antara jurnalis dan non-jurnalis untuk memproduksi sebuah berita yang terbaik. 4). *Blog* yang dimiliki masyarakat luas sebagai alat untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat untuk berbagi cerita dengan orang lain. 5). *Newsroom transparency blog* adalah sebuah *blog* yang dikelola oleh sebuah *mainstream* media sebagai wujud transparansi dan mengakomodasi respons dari pembaca. 6). *Citizen journalism website* yang bisa diedit. 7). *Citizen journalism website* tanpa diedit, artinya semua cerita dari audien ditampilkan apa adanya. 8). Kombinasi antara *citizen journalism website* dengan media cetak. 9). *Hybrid pro plus citizen journalism*, merupakan kombinasi antara profesional jurnalis dan *citizen journalism*, contohnya "*OhmyNews*". Pada "*OhmyNews*" semua berita dari audien tidak otomatis dipublikasikan, tetapi perlu diedit terlebih dahulu. 10). Kombinasi antara profesional *journalism* dan *citizen journalism* yang berada dalam satu *website*. 11). *The Wiki journalism*, ketika pembaca adalah editor. Setiap orang dapat menambahkan informasi dan memberikan komentar atas berita dan informasi yang sedang dipublikasikan.

Dalam konteks hubungan antara *citizen journalism* dan media *mainstream*, Heikkila dan Kunelius (2002) berpendapat bahwa *citizen journalism* menyediakan berita sebagai sebuah proses, sementara media

¹⁵ Bruns, A. (2008c). op.cit

¹⁶ Lasica. (2003a). What is participatory journalism?. *Online Journalism Review*, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>

¹⁷ Lasica. (2003a).ibid

¹⁸ Outing, S. (2005). op.cit

mainstream menawarkan berita sebagai produk. *Citizen journalism* menyajikan beberapa topik dan mengundang pembaca berpartisipasi. *Citizen journalism* berperan sebagai “*deliberative journalism*” yang menekankan pada variasi dalam melakukan pembimbingan terhadap sebuah isu¹⁹.

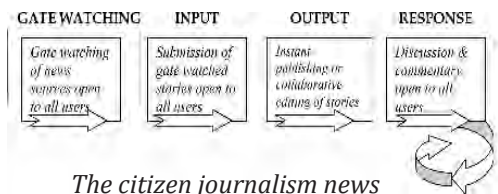
Praktik *citizen journalism* memang bukan layaknya praktik jurnalistik profesional, tetapi keduanya bisa saling mengisi dan melengkapi guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Tugas dari jurnalis profesional adalah “to cover”, sementara peran *citizen journalism* adalah “to share” berita dan informasi. Lasica²⁰ menyatakan terdapat perbedaan praktik antara *mainstream media* dengan *citizen journalism*. Pada *mainstream media*, berita harus diedit sebelum dipublikasikan, sementara dalam blog berita dipublikasikan dahulu baru proses editing dilakukan oleh pembaca.

Proses produksi berita antara tradisional media dan *citizen journalism* memang berbeda. Pada umumnya pada proses pengumpulan berita dapat diselesaikan hanya oleh seorang wartawan, tidak melibatkan pembaca. Setelah itu proses menuju pada editorial yang akhirnya editor akan memilih berita yang layak dipublikasikan. Seperti yang diilustrasikan Bruns²¹ dalam *chart* berikut:



Traditional news process

Sementara itu proses produksi berita pada *citizen journalism* fokus pada proses *gate watching*. *Gate watching* adalah kemampuan dari masyarakat untuk menentukan apa yang menarik menurut mereka. Pada proses ini, *gate watching* dari sumber berita terbuka bagi siapa saja. Bruns mendeskripsikan bahwa “*many of the processes of the citizen journalism beyond the initial story submission by gate watchers are fundamentally based in discussion, debate, and deliberation in the community*”²².



The citizen journalism news production process

A.2. Weblog, Blog, and the Blogosphere

Weblog atau *blog* pertama kali diperkenalkan oleh John Bangers pada 17 Desember 1997. Menurut Bangers, *weblog* merujuk pada kumpulan dari *website* pribadi yang di *update* secara kontinyu dan berisi *website* lain yang menyediakan ruang untuk komentar dari orang yang membacanya²³. Banyak ahli yang berpendapat bahwa *weblog*

¹⁹ Bruns, A. (2008c). op.cit

²⁰ Lasica. (2003b), *Blog and journalism need each other*. Nieman Reports, vol. 57 no. 3. <http://www.jdlasica.com/articles/nieman.html>

²¹ Bruns, A. (2005). op.cit

²² Bruns, A. (2005). op.cit p.74-75

²³ Lestari, D. (2009). “Journalism ngeblok, masih terlalu jauh”. Antara news. <http://www.antara.co.id/arc/2009/2/7/jurnalisme-ngeblok-masih-terlalu-jauh/>

atau *blog* memiliki arti yang sama. Kata "*Weblog*" menjadi "*Blog*" pertama kali diperkenalkan oleh Peter Merholz ketika dia mencoba menerjemahkan singkatan kata *blog* pada *blog* pribadinya di *Peterme dot com*. *Weblog* atau *blog* diartikan sebagai *online* diari di mana informasi secara elektronik dipublikasikan, di *update* berkala dan ditampilkan secara kronologis²⁴.

Orang yang secara aktif menulis dan mengoperasikan *blog* dinamakan *blogger*. Kegiatan meng-*update* sebuah *blog* dengan menambahkan informasi dinamakan *blogging*. Sementara ekspresi umum untuk melukiskan komunitas *blog* dan *blogger* dinamakan *blogosphere*, dimana antar mereka berhubungan satu sama lain. Jadi *blogosphere* merujuk pada semua *blog* dan koneksi diantara mereka.

Bruns dan Jacobs²⁵ menyatakan bahwa *blogosphere* adalah semua *blog* dan komunikasi interaktif diantara *blogger* melalui *link*, komentar dan *trackbacks*. Ini adalah perangkat yang unik dalam struktur dan distribusi informasi. Lebih dari itu *blogosphere* menopang beberapa bentuk *blog* seperti *political blogging*, *entertainment blogging*, *hobby blogging*, *mommy blogging*, dan *technology blogging*.

Seperti didiskusikan oleh Ward dan Cahill²⁶ bahwa *blogosphere* adalah inspirasi dari ruang publik (*public*

sphere) yang merupakan sebuah arena dimana warga masyarakat dapat memberi kontribusi, diskusi dan membuat keputusan berkait dengan isu-isu publik. *Blogosphere* hadir untuk mendeskripsikan jumlah besar hubungan timbal balik melalui *blog roll lists*, *hot links to private posts*, *trackbacks* dan *syndications services*.

Andrew dalam Lasica²⁷ berpendapat bahwa banyak bentuk *online journalism* termasuk didalamnya *blog* sedang tumbuh pesat, hal ini dimungkinkan karena turunnya kredibilitas media *mainstream*. Andrew percaya bahwa *blog* akan menjadi media yang lebih kredibel ketika beberapa media lain sudah mulai kehilangan kredibilitasnya. Baker dan Green (2005) mencatat bahwa *blog* adalah alat warga masyarakat untuk memublikasikan berita dan informasi. Melalui *blog* orang dapat berbuat guna menetralkan dominasi informasi dari media *mainstream*.

Blog memang telah tumbuh pesat dari waktu ke waktu. Menurut *search engine* di internet Technorati (2004) melaporkan bahwa tahun 2004 jumlah *blog* lebih dari 4.298.000 *sites*. Pada Juli 2005 ada lebih dari 900 ribu tulisan yang dibuat setiap hari²⁸. Sementara itu Technorati pada 2007 melaporkan bahwa *search engine* untuk *weblog* lebih dari 112 juta *blog* di seluruh dunia. Masih menurut Technorati bahwa setiap hari ada sekitar 120 ribu *blog* baru dibuat orang

²⁴ Blood, R. (2005). *Weblogs: a history and perspective*. In E. P. Bucy (Ed.), *Living in the information age*. Belmont, CA: Wadsworth.

Keren, M. (2004). *Blogging and the politics of melancholy*. Canadian Journal of Communication.

²⁵ Bruns dan Jacobs (2006), op.cit. p.5

²⁶ Ward, I. & Cahill, J. (2007). *Old and new media: blogs in the third age of political communication*. http://www.arts.monash.edu.au/psi/news-and-events/apsa/refereed-papers/media-and-culture/ward_cahill.pdf

²⁷ Lasica, J.D. (2002). *Blogging as a form of journalism*. Online Journalism Review, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>

²⁸ Quiggin J. (2006a). *Economic blog and blog economics*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.

di seluruh dunia, atau sebanyak 1, 4 *blog* pada setiap detik dalam sehari. Gil de Zuniga et al (2009) dikutip dari Technorati *website* bahwa pada akhir 2008 Technorati menemukan 133 juta *blog* seluruh dunia dengan total 900 juta *posting* setiap harinya²⁹.

Sementara *weblog* pertama kali yang sangat sukses adalah “*OhmyNews*” di Korea Selatan. Pada 2000 *blog* ini telah dikunjungi lebih dari 700 ribu orang setiap hari. *Blog* ini telah memiliki kontributor tetap tulisan dari warga biasa sebanyak 41 ribu orang³⁰. Kahney³¹ menyebut “*OhMyNews*” sebagai portal berita paling mempunyai kekuatan dan pengaruh besar di dunia.

Pada awal 2007, lembaga survei yakni Nielsen/net *rating* melaporkan sebanyak 330 juta orang menggunakan media digital. Setiap orang sekitar satu jam mengakses internet setiap hari. *CIA World Fact book* (2007) melaporkan pada tahun 2005 lebih dari 1 milyar orang seluruh dunia mengakses internet, angka ini diprediksi akan bertambah pada 2010 sebanyak 1,8 miliar pengguna internet.

Secara umum *blog* adalah media yang berdasar pada teks seperti *online* diari, tetapi *blog* memungkinkan dilengkapi dengan audio dan video. *Blog* membutuhkan koneksi internet servis seperti FTP dan HTML. Tetapi seperti dikemukakan Hiler (2002)

blogger tidak perlu memahami dengan sempurna FTP dan HTML. Untuk bisa nge-*blog*, hanya perlu sedikit keterampilan penguasaan internet. Apalagi dengan perkembangan aplikasi Web 2.0 telah memungkinkan orang memublikasikan beragam jenis informasi dengan sangat mudah³².

A.3. *Blog* dan Kampanye Politik

Graff (2007) berpendapat bahwa pada beberapa waktu terakhir ini, antara warga negara dan politisi dalam melakukan komunikasi politik telah berpindah dari model tradisional beralih melalui *blogsphere*³³. *Blog* juga telah menjadi komponen penting dalam komunikasi politik sebagai media kampanye para politisi berinteraksi dengan suporternya dengan cara yang baru³⁴. Bruns (2005) berpendapat bahwa warga masyarakat telah mengembangkan mediana sendiri, berupa *website*, *blog*, dan beragam bentuk media. Khususnya telah mempunyai dampak pada media *mainstream*, politik dan kebudayaan. Bruns (2008b) percaya bahwa pada era industri jurnalistik ini membuka peluang untuk mereformasi dan menguatkan kembali bentuk partisipasi dan kolaborasi media informasi. *Political blogging* dan *citizen journalism* memainkan peran penting

²⁹ Ward, I. & Cahill, J. (2007).

²⁹ Technorati (2007). *The state of the live web*. <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>

³⁰ Wijnarko, T., & Putra, B. (2006). “Blog: melebarnya jendela informasi”. *Tempo magazine*, August 6. <http://fatihsyuhud.googlepages.com/tempo1.pdf>

³¹ Kahney, L. (2003). “Citizen reporters make the news”. *Wired News*, May 17. <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,58856,00.html>.

³² Carpenter, C.A. (2009). “The Obamachine: techno-politics 2.0”. *Knowledge Politics Quarterly*, vol.2 issue 1. http://www.knowledgepolitics.org.uk/kpq_volume_2_cap.pdf

³³ Williams, Andrew Paul, Trammell, Kaye D., Postelnicu, Monica, Landreville, Kristen D. and Martin, Justin D.(2005) “Blogging and hyperlinking: use of the Web to enhance viability during the 2004 US campaign”. *Journalism Studies*, Vol.6 No.2, pp. 177-186

dalam proses ini³⁵.

Menurut Quiggin³⁶, *blog* mempunyai implikasi yang sangat kuat sebagai ruang diskusi politik. Melalui *blog* orang bisa melakukan kritik pada kebijakan publik, mendukung diskusi politik, dan sebagai media kampanye politik. Lebih jauh Bahnisch mencontohkan bahwa *blog* politik telah menjadi media penting di Amerika terutama semenjak Pemilu presiden Amerika tahun 2004.

Smith, et al (2008) seperti dikutip Carpenter³⁷ menyatakan bahwa konsumsi internet oleh warga Amerika untuk mendapatkan informasi politik telah meningkat menjadi 46% sejak Pemilu presiden Amerika 2004. Warga negara melalui *blog*, forum *online* dan *twitter* telah mendukung komunikasi langsung antara pemilih dengan para kandidatnya.

Beberapa literatur menyatakan bahwa media *mainstream* tidak berperang melawan kehadiran *blog* tetapi keduanya justru bersinergi. Pada satu sisi, *blogger* dapat mendapatkan beberapa tambahan informasi melalui *link* pada beberapa media *mainstream*. Rainie et al (2008) seperti dikutip Carpenter³⁸ menyatakan bahwa organisasi media politik sekarang "*blogging up*" oleh keterlibatan para *blogger* dalam laporan-laporan politik mereka. Selain itu para pembaca *blog* lebih berpartisipasi secara politik dan tertarik pada proses-proses politik melalui media online.

³⁵ Bruns, A. (2005). op.cit

³⁶ Bahnisch, M., (2006). *The political use of blogs*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.

³⁷ Carpenter, C.A. (2009). op.cit.

³⁸ Carpenter, C.A. (2009). op.cit.

Bloggers di Amerika memang telah mendukung suksesnya partisipasi masyarakat dalam kampanye presiden. Sejak tahun 1996 kampanye Pemilu Amerika menjadikan *website* sebagai media kampanye yang vital dan sebagai media yang terintegrasi dengan media lain³⁹. Beberapa bukti menunjukkan ketika kampanye Howard Dean pada Pemilu di Amerika tahun 2004. Melalui *blog*-nya, Dean telah dinobatkan sebagai *blog* paling populer. Dean adalah kandidat pertama yang membuat *blog* yang dinamakan "*Blog for Amerika*" dimana waktu itu *blog* ini dikunjungi oleh lebih dari 30.000 pengunjung setiap hari⁴⁰.

Kondisi yang berlawanan dengan Amerika adalah Australia. Di Australia hanya sedikit *blog* terutama *blog* politik. Di Australia *blogging* bukan merupakan forum diskusi yang populer. Quiggin⁴¹ mencatat bahwa hanya sedikit *blogger* di Australia yang mengelola *blog*-nya secara kontinu. *Blog* politik di Australia kurang berkembang baik daripada di Amerika. Sebuah studi yang melihat tentang lokasi geografik *blog* yang dilakukan pada tahun 2003 menunjukkan bahwa lokasi dari 272.523 *blog* (total sekitar 26%), 191. 294 berlokasi di Amerika dan hanya 6.173 yang bertempat di Australia⁴².

³⁹ Davis, R. (1999). *The web of politics: the Internet's impact on the American political system*, New York: Oxford University Press.

⁴⁰ Gill, K. (2004). How can we measure the influence of the blogosphere?. WWW2004, May 17-22. New York, USA. http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf

⁴¹ Quiggin (2006b) "Blogs, wikis and creative innovation". *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 9(4):pp. 481-496.

⁴² Lin, J. & Halavais, A. (2006). "Geographical

Para ahli berpendapat bahwa alasan *blog* tidak begitu populer di media Australia khususnya dalam debat politik sebab mainstream media di Australia masih unggul dalam menyajikan berita. Di samping itu orang Australia lebih tertarik program *News and Currents Affairs* baik itu di televisi, radio dan surat kabar. Stafford⁴³, mengutip the Queensland Senator Andrew Bartlett, yang berpendapat bahwa *blog* politik tidak “*caught on*” di Australia sebab sistem partai politik di Australia sangat berbeda macamnya. Partai di Australia lebih erat dan keberadaan partai tidak mendukung parlementarian menjadi individual. Sementara itu pada sistem partai di Amerika lebih pada individual kandidat.

A.4. Praktik Jurnalisme Warga di Indonesia

Perkembangan teknologi informasi yang didukung oleh keberadaan internet telah mendukung keberagaman bentuk media di Indonesia. Banyak pengelola media mengubah tampilan mereka dengan wajah yang baru. Banyak media tradisional merubah bentuk menjadi media *online*. Melalui media *online* ini disajikan berita dan informasi tidak hanya berupa berita tulis dan gambar, tetapi juga dilengkapi berita audio dan video.

distribution of blogs in the united States”. *Webology*, Vol. 3 (4). <http://www.webology.ir/2006/v3n4/a30.html>

⁴³ Stafford, A. (2007). *Our MPS fall through information net*. The Age, 24 February. <http://www.theage.com.au/news/opinion/mps-fall-through-information-net/2007/02/23/1171734021755.html>

Priyambodo⁴⁴ berpendapat bahwa media di Indonesia sekarang menjadi semakin dekat dengan publiknya. Banyak media juga menyediakan ruang gratis untuk memfasilitasi publik dalam memublikasikan berita dan informasinya serta memberikan komentar atas berita yang disampaikan. Kondisi ini sangat mendukung praktik *citizen journalism* di Indonesia.

Istilah *citizen journalism* di Indonesia lebih terkenal dengan istilah “Jurnalisme Warga” atau “Jurnalisme Partisipatori”. Tentang sejarah kemunculan *citizen journalism* di Indonesia mempunyai beberapa versi. Menurut beberapa literatur, sejarah jurnalisme warga di Indonesia berawal dari radio *talk show* pada awal 1990. Adalah radio Mara 106, 7 FM di Bandung yang menjadi pionir praktik jurnalisme warga di Indonesia. Radio ini telah menyiarkan program *talk show* dan mengundang pendengarnya untuk berpartisipasi dengan menelepon dan bertukar informasi secara *on air*.

Setelah UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 diberlakukan, media yang berbasis pada komunitas telah berkembang sangat pesat. Hal ini didukung penetrasi teknologi baru internet dan telepon genggam telah mengubah bentuk orang mengonsumsi media di Indonesia. Banyak orang mengakses internet untuk memuaskan kebutuhannya, khususnya untuk mendapatkan informasi dan relasi. Banyak pengguna internet menggunakan media untuk

⁴⁴ Priyambodo. (2008). *Tatkala multimedia massakan dekat ke publiknya*. http://cyberjournalism.files.wordpress.com/2008/08/wajah_cybermedia.pdf

mencari informasi dan berbagi informasi yang dimilikinya. Kondisi ini akhirnya menggeser partisipasi orang dalam praktik jurnalisme warga yang semula banyak melalui radio, televisi, dan surat kabar kini lebih dominan di internet.

Sekarang untuk mendapatkan akses internet semakin mudah dan murah. Kondisi ini juga didukung menjamurnya internet kafe dan fasilitas *free hotspot* di banyak tempat publik yang dapat memfasilitasi orang mengakses internet. Kemudahan akses internet ini juga didukung banyaknya operator dan jenis telepon genggam yang dilengkapi akses internet. Dari sisi harganya pun juga semakin murah dan terjangkau oleh banyak kalangan.

Menurut Asosiasi Perusahaan Jaringan Internet Indonesia (APJII) di antara banyak pengguna internet adalah *blogger* yakni orang yang secara aktif menulis dan membaca *blog* (APJII, 2007). Pada akhir 2008, jumlah *blogger* telah menjadi 600 ribu orang, dan angka ini diprediksi terus bertambah pada tahun-tahun berikutnya⁴⁵.

Sementara menurut Media Directory (2007) seperti dikutip Dahlan dan Naina⁴⁶ telah ada sekitar 12 stasiun televisi yang siaran secara nasional, dan sekitar 350 televisi lokal, media cetak sekitar 889 termasuk surat kabar, majalah, buletin, dan tabloid. Hampir semua media yang ada tersebut menyediakan ruang untuk audien guna turut aktif berpartisipasi menyampaikan berita

dan informasinya.

Beberapa stasiun televisi membuat program untuk menampung berita kiriman masyarakat. Metro tv mempunyai program video kiriman pemirsa yang ditayangkan dan dibuka peluang komentar dari penonton atas video yang ditayangkan. NET TV juga menyediakan ruang untuk penayangan video kiriman warga dalam program *Citizen Journalism*. SCTV melalui Liputan 6 pada versi *online*-nya juga menyediakan ruang bagi audien untuk melaporkan beritanya. Banyak stasiun radio juga mempunyai program acara yang intinya membuka ruang dialog interaktif yang melibatkan pendengarnya. Radio seperti Suara Surabaya FM di Surabaya dan Elshinta FM di Jakarta serta banyak radio lainnya telah mendorong terwujudnya praktik *citizen journalism* di Indonesia.

Praktik *citizen journalism* di Indonesia juga merupakan perwujudan *publik sphere*. *Blog* merupakan ruang publik bagi setiap orang yang mempunyai akses internet. *Citizen journalism* berperan sebagai alternatif media dan membuka peluang kepada publik untuk berpartisipasi dalam penyebaran informasi. Kini berita memang bukan hanya dominasi para wartawan profesional saja tetapi semua orang dapat melaporkan berita. Disisi lain kegiatan pelaporan berita oleh warga ini bisa digunakan sebagai penyeimbang atas pemberitaan yang terbit pada media *mainstream*. Di samping itu karena media *mainstream* mempunyai keterbatasan ruang dan waktu maka *citizen journalism* muncul karena memang media ini lebih

⁴⁵ Lestari, D. (2009). op.cit

⁴⁶ Dahlan, A., & Naina, A. (2007). *Manusia komunikasi, komunikasi manusia*. Jakarta: Kompas.

longgar dan tidak terbatas.

A.5. *Blog* dan Pilkada

Fenomena lima tahunan yakni Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) memang selalu menarik dicermati. Dalam hubungan dengan praktik *citizen journalism* di Indonesia, pada kampanye Pilkada 2015 banyak masyarakat yang berpartisipasi *sharing* informasi melalui *blog* pribadinya atau aktif dalam forum-forum diskusi yang diprakarsai oleh para tim sukses dari masing-masing kandidat.

Blog telah berperan cukup kuat menjadi media komunikasi antara warga masyarakat dengan para politisi. Dalam Pilkada serentak tahun ini memang sudah banyak media yang menampilkan isu-isu seputar Pilkada dengan porsi yang lebih besar dari biasanya. Namun diantara banyak media tersebut yang sangat menarik adalah digunakannya *blog* oleh warga masyarakat sebagai media diskusi terkait dengan banyak hal pada pelaksanaan persiapan dan pelaksanaan Pilkada Serentak 2015.

Beberapa media di Indonesia termasuk surat kabar dan majalah telah menyediakan ruang untuk mengakomodasi kepentingan masyarakat pada momentum Pilkada ini. Di antara media tersebut adalah Kompas online melalui *blog* "*Kompasiana*", Harian Surya lewat kolom "*Warteg*", Surabaya Post melalui rubrik "*Citizen Journalist*", Tempo Interaktif, Republika, Detik dot com, dan banyak lagi yang lain.

Selain melalui beberapa *public blog* dari media *mainstream*, banyak masyarakat yang membuka akun

blog melalui beberapa *provider* yang memfasilitasi pemakaian *blog* secara gratis. Ada banyak *website* yang digunakan masyarakat dalam membuat *blog*-nya. Beberapa fasilitas *blog* gratis yang digunakan adalah www.worldpress.com, www.blogger.com, www.blogdrive.com, www.blog-city.com, www.tblog.com, www.mblog.com, www.blog.boleh.com, www.goblogmedia.com dan www.technorati.com.

Selama waktu menjelang masa kampanye Pilkada serentak di beberapa daerah, tercatat pemilik *blog* yang aktif terdiri dari warga masyarakat umum, para simpatisan partai, pengurus partai, tim sukses dari masing-masing kandidat serta *blog* dan *website* resmi yang dibuat oleh para kandidat yang turut berlaga memperebutkan kursi kepala daerah di beberapa tempat.

Tentang tema-tema yang diangkat dalam berita dan informasi serta forum diskusi yang muncul di banyak *blog* adalah seputar profil kandidat kepala daerah dan wakilnya. Disamping itu juga muncul tema-tema seputar *money politic*, sumber dana kampanye, *black campaign*, debat kandidat di televisi, *survey/polling*, iklan kampanye, Alat Peraga Kampanye (APK), dan fenomena Golput.

Dari sisi teknis penyajian tampilan berita dan informasi yang disajikan dalam *blog* memang beraneka ragam. Ada bentuk-bentuk informasi yang memang asli ditulis oleh pemilik *blog*, ada yang melengkapinya dengan menampilkan *link-link* dengan media *online*. Beberapa *link* yang sering

digunakan para *blogger* misalnya *website*, portal berita *online*, majalah *online*, *blog* pribadi milik orang lain, bahkan ada juga yang melengkapi beritanya dengan video melalui *link* ke *Youtube*.

Tulisan yang banyak muncul di *blog* kebanyakan ditulis dari sudut lain di luar yang sudah dimunculkan oleh kebanyakan media. Ide tulisan bisa datang dari pribadi penulis, kolaborasi dengan *blog* lain dan media *online*, respon dari surat kabar dan majalah. Dari beberapa cara penyajian tersebut bisa memunculkan informasi yang benar-benar baru baik dari segi isinya maupun *angle* menuliskan beritanya. Di samping itu informasi yang muncul juga berfungsi sebagai pelengkap yang sudah diberitakan media *mainstream*.

B. SIMPULAN

Dengan berkembangnya praktik jurnalisme warga di Indonesia telah membawa banyak kemanfaatan. Menjamurnya *blog* di Indonesia dapat digunakan sebagai penyeimbang atas informasi yang terkadang dominan dari satu kekuatan tertentu saja. Melalui praktik jurnalisme warga mampu menjadikan desentralisasi informasi. Informasi tidak lagi terpusat dan hanya didominasi oleh kelompok-kelompok tertentu saja.

Melalui *blog* dapat digunakan bagi semua orang untuk mendapatkan akses pada media. Dengan kondisi tingkat akses pada media yang tinggi akan membuka peluang pada semua orang untuk saling berbagi berita dan informasi dengan mudah. Melalui *blog* bisa digunakan sebagai

sarana *grassroots journalism* dan guna memfasilitasi desentralisasi informasi.

Melalui praktik jurnalisme warga lewat *blog* yang difasilitasi beberapa media di Indonesia telah memainkan peran yang sangat penting terutama sebagai media kampanye politik. Banyak media *online* di Indonesia menyediakan ruang diskusi publik untuk mengakomodasi kepentingan publik. Munculnya banyak *public blog* yang gratis merupakan media untuk mendukung praktik jurnalisme warga.

Melalui beragam *blog* warga masyarakat dapat membagi berita dan informasi termasuk didalamnya informasi berhubungan dengan kampanye Pilkada serentak. *Blog* telah memainkan peran penting sebagai suara dari masyarakat dan politikus. Sehubungan dengan tingkat akses masyarakat pada internet sudah cukup tinggi yang didukung juga dengan terbukanya ruang publik yang disediakan oleh banyak media komunikasi yang ada, maka menjadi penting dipertimbangkan untuk terus memasyarakatkan praktik jurnalisme warga terutama dalam kegiatan komunikasi politik. Menjadikan *blog* sebagai salah satu media alternatif dalam kampanye politik memang sudah selayaknya dipertimbangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahnisch, M., (2006). *The political use of blogs*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.
- Barlow, A. (2007). *The rise of the*

- blogosphere*. London: Praeger.
- Bentley, C., Littau, J., Hamman, B., Watson, B., & Welsh, B. (2006). *Citizen journalism: a case study in Tremayne* (eds), *Blogging, citizenship and the future of media*. New York: Routledge.
- Blood, R. (2005). *Weblogs: a history and perspective*. In E. P. Bucy (Ed.), *Living in the information age*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. The Media Centre, American Press Institute.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- ____ (2006). *The practice of news blogging*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.
- ____ (2008a). *Blogs, Wikipedia, second life, and beyond from production to Produsage*. New York: Peter Lang.
- ____ (2008b). "Life beyond the Public Sphere: Towards a Networked Model for Political Deliberation". *Information Polity*, 13(1-2): pp. 65-79.
- ____ (2008c). *News blogs and citizen journalism: New Directions for e-Journalism* <http://snurb.info/files/News%20Blogs%20and%20Citizen%20Journalism.pdf>
- Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). (2006). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.
- Carlson, M. (2007). "Blog and journalistic authority". *Journalism Studies*, Vol. 8 No.2, pp. 264 – 279.
- Carpenter, C.A. (2009). "The Obamachine: techno-politics 2.0". *Knowledge Politics Quarterly*, vol.2 issue 1. http://www.knowledgopolitics.org.uk/kpq_volume_2_cap.pdf
- Dahlan, A., & Naina, A. (2007). *Manusia komunikasi, komunikasi manusia*. Jakarta: Kompas.
- Davis, R. (1999). *The web of politics: the Internet's impact on the American political system*, New York: Oxford University Press.
- Dirgahayu, D. (2007). "Citizen journalism sebagai ruang publik (studi literatur untuk menempatkan citizen journalism berdasarkan teori jurnalistik dan mainstream media)". *Jurnal Observasi*, Vol. 5, No. 1, BP2i, Bandung, Indonesia.
- Dyson, L. E., Sixsmith, A., Than, T. K. (2008). "Australian newspaper blogs". *Communication of the IBIMA*, Vol.2. <http://www.ibima.org/pub/journals/CIBIMA/volume2/v2n4.pdf>
- Gil de Zuniga, H., D., Puig-I-Abril, E., Rojas, H. (2009). "Weblogs, traditional sources online and political participation: an assessment of how the internet is changing the political environment". *New media & society*. Vol 11(4): pp. 553-574.
- Gill, K. (2004). *How can we measure the influence of the blogosphere?*. WWW2004, May 17-22. New York, USA. http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_

blogosphere_gill.pdf

- Gillmor, D. (2004), *We the media: grassroot journalism by the people, for the people*. California: O'Reilly.
- Haas, T. (2005). "From 'public journalism' to the 'public's journalism'? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs". *Journalism Studies*. Vol. 6, No. 3. pp.387-396.
- Haenens, L. Verelst, C. & Gazali, E. (2000). "In search of quality measures For Indonesian television news", in David French & Michael Richards (eds), *Television in Contemporary Asia*. New Delhi: Sage Publications.
- Heinrich, A. (2008), *Network journalism: moving towards a global journalism culture*, PhD Thesis. University of Otago, New Zealand. <http://www.uta.fi/jour/ripe/papers/Heinrich.pdf>
- Heryanto, A. & Adi, S.Y. (2002). "Industrialised media in democratising Indonesia". In *Changing Times: ASEAN States in Transition*, ed. Russell Hiang Khng Heng (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies) pp.47-82.
- Heryanto, A. & Hadiz, V.R. (2005). "Post-authoritarian Indonesia: a Comparative Southeast Asian Perspective". *Critical Asian Studies*. Vol.37, No. 2, June, pp. 251-275.
- Hill, D. & Sen, K. (2005). *The Internet in Indonesia's new democracy*. London: Routledge.
- Johnston, C.B., (1998) *Global new access the impact of new communications technologies*, Westport: Praeger.
- Kahney, L. (2003). "Citizen reporters make the news". *Wired News*, May 17. <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,58856,00.html>.
- Keren, M. (2004). *Blogging and the politics of melancholy*. Canadian Journal Of Communication.
- Kitley, P. (1994). "Fine turning control: commercial television in Indonesia". *Continuum: The Australian Journals of Media and Culture*. Vol. 8 pp.102-123.
- (2001). *After the bans: modelling Indonesian communications for the future*, in Lloyd, G. & Smith, S. (eds), *Indonesia Today. Challenges of History*, Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Kolodzy, J. (2006). *Convergence journalism: writing and reporting across the news media*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kurniawan, N. (2007). "Journalism warga di Indonesia, prospek dan tantangannya". *Journal Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 11, No. 2. pp.71-78.
- Lasica, J.D. (2002). *Blogging as a form of journalism*. Online Journalism Review, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>
- (2003a). *What is participatory journalism?*. Online Journalism Review, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>
- (2003b), *Blog and journalism need each other*. Nieman Reports, vol. 57, no. 3. <http://www.jdlasica.com/articles/nieman.html>

- Lestari, D. (2009). "Journalism ngeblok, masih terlalu jauh". *Antara news*. <http://www.antara.co.id/arc/2009/2/7/jurnalisme-ngeblog-masih-terlalu-jauh/>
- Lim, M. (2002). "Cyber-civic space in Indonesia from panopticon to pandemonium?" *Journal IDPR*, Vol 24, No.4. http://www.public.asu.edu/~mlim4/files/Lim_IDPR_final.pdf
- Lin, J. & Halavais, A. (2006). "Geographical distribution of blogs in the United States". *Webology*, Vol. 3 (4). <http://www.webology.ir/2006/v3n4/a30.html>
- Littau, J. (2007). *Citizen journalism and community building: predictive measure of social capital generation*. Master Thesis. University of Missouri, Columbia. <http://edt.missouri.edu/Winter2007/Thesis/LittauJ-050307-T6908/short.pdf>
- Low, P.C. (2003). *The media in society in transition, a case study of Indonesia*. Master Thesis. TUFTS University. <http://fletcher.tufts.edu/research/2003/PitChenLow.pdf>
- Meraz, S. M., (2007). *The networked political blogosphere and mass media: understanding how agendas are formed, framed, and transferred in the emerging new media environment*. PhD Thesis. The University of Texas, Austin. <http://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/3637/merazd83567.pdf;jsessionid=6E84248C34A4B4D94DFE4DDC5980051E?sequence=2>
- Outing, S. 2005. *The eleven layers of citizen journalism*. Poynter Online. http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126
- Perlmutter, D.D. & McDaniel, M. (2005). *The ascent of blogging*. Nieman Reports. <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100641>
- Priyambodo. (2008). *Tat kala multimedia massa kian dekat ke publiknya*. http://cyberjournalism.files.wordpress.com/2008/08/wajah_cybermedia.pdf
- Quiggin J. (2006a). *Economic blog and blog economics*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.
- ____ (2006b) "Blogs, wikis and creative innovation". *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 9(4): pp. 481-496.
- Reich, Z. (2008). "How citizen create news stories. The 'news access' problem reversed". *Journalism Studies*, Vol.9 No.5, pp. 739-758.
- Rife, D., Lacy, S., & Fico, F.G. (2005). *Analysing media messages*. London: Lawrence Erlbaum Association.
- Sen, K. & Hill, D.T. (2000). *Media, culture and politic in Indonesia*. New York: Oxford University Press.
- Schaffer, J. (2007). *Citizen media: fad or the future of news?*, Knight Citizen NewsNetwork. http://www.j-lab.org/citizen_media.pdf
- Shoemaker, Pamela J., Eichholz, Martin,

- Kim, Eunyi and Wrigley, Brenda, (2001). "Individual and Routine Forces in Gatekeeping", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 78 No. 2, pp. 233_47.
- Singer, J. B. (2006). *Journalists and news bloggers: complements, contradictions, and challenges*. In Bruns, A. & Jacobs J. (Ed.). *Uses of blogs*. New York: Peter Lang.
- Stafford, A. (2007). *Our MPS fall through information net*. *The Age*, 24 February. <http://www.theage.com.au/news/opinion/mps-fall-through-information-net/2007/02/23/1171734021755.html>
- Stovall, J.G. (2004). *Practice and promise web journalism of a new medium*. Boston: Pearson Education.
- Technorati (2007). *The state of the live web*. <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>
- Ward, I. & Cahill, J. (2007). *Old and new media: blogs in the third age of Political communication*. <http://www.arts.monash.edu.au/psi/news-and-events/apsa/refereed-papers/media-and-culture/ward-cahill.pdf>
- Wijanarko, T., & Putra, B. (2006). "Blog: melebarnya jendela informasi". *Tempo magazine*, August 6. <http://fatihsyuhud.googlepages.com/tempo1.pdf>
- Williams, Andrew Paul, Trammell, Kaye D., Postelnicu, Monica, Landreville, Kristen D. and Martin, Justin D. (2005) "Blogging and hyperlinking: use of the Web to enhance viability during the 2004 US campaign". *Journalism Studies*, Vol.6 No. 2, pp. 177-186 World Association of Newspaper (2008). *Media Market Description*. www.warc.com/LandingPages/Data/NewspaperTrends/.../Indonesia.pdf
- Yudhapramesti, P. (2007). "Citizen journalism (CJ) sebagai pemberdayaan warga". *Jurnal Observasi*, Vol. 5, No. 1, BP2i, Bandung, Indonesia. P.36

DEWAN KEHORMATAN PENYELENGGARA PEMILU REPUBLIK INDONESIA

CALL FOR PAPERS

Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu, selanjutnya disebut DKPP, adalah lembaga yang bertugas menangani pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu dan merupakan satu kesatuan fungsi penyelenggaraan pemilu (Pasal 1 ayat (22) UU Nomor 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Pemilu).

Dalam rangka diseminasi kebijakan, program dan gagasan DKPP, serta kampanye tentang urgensi peradilan etika bagi penyelenggara negara dan upaya menata kembali sistem kepartisan di Indonesia menuju negara demokrasi modern, DKPP akan menerbitkan "**JURNAL ETIKA & PEMILU**".

DKPP mengundang para akademisi, penyelenggara pemilu, LSM atau aktivis pro demokrasi dan penggiat pemilu, untuk berpartisipasi dengan mengirimkan karya tulis, hasil penelitian, tesis atau disertasi.

Topik pilihan:

1. KEPP Bagi Aparatur Sipil Negara Penyelenggara Pemilu.
2. Etika Menjaga Netralitas dan Imparsialitas bagi Aparatur Sipil Negara dan Pimpinan Penyelenggara Pemilu.
3. Etika Menjaga Kerahasiaan Hasil Rapat Penyelenggara Pemilu.
4. Peran Media Massa dalam Pilkada
5. Keterbukaan Informasi Publik dalam Pilkada
6. Perempuan dan Pilkada dalam Perspektif Kesetaraan Gender.
7. Pilkada dalam Perspektif Ekonomi Politik
8. Kode Etik DKPP dalam Perspektif Agama.
9. Memahami Psikologi Pengadu (Justice Seeker) dalam Perkara KEPP.
10. Lain-lain, terkait peradilan etika bagi penyelenggara negara, sistem pemilu dan tentang demokrasi di Indonesia.

Ketentuan umum penulisan

1. Mengirimkan karya ilmiah atau hasil penelitian. Ditulis maksimal 20 halaman, font: Bookman Old Style, spasi 1,5, huruf 12. Format penulisan terdiri dari: judul, pengarang dan afiliasi institusi, abstrak, pendahuluan, metode, hasil analisis, penutup (kesimpulan dan saran), rujukan/reference (catatan kaki, daftar pustaka), biodata penulis.
2. Waktu pengiriman Penulisan:
3. Karya Ilmiah dikirim melalui email: jurnal.etika@dkpp.go.id.
4. Karya ilmiah yang dimuat akan mendapatkan honorarium dari APBN.
5. Hal-hal yang belum tertuang dalam **Call for Papers** dapat dikomunikasikan melalui email: jurnal.etika@dkpp.go.id



**DEWAN KEHORMATAN PENYELENGGARA PEMILU (DKPP)
REPUBLIK INDONESIA**

Jl. M.H. Thamrin No. 14 Jakarta Pusat
Tlp. +62 21 3192245 , Fax. Fax. +62 21 3192245
Website: www.dkpp.go.id

ISSN : 2460 - 0911

